# URTEIL DES GERICHTSHOFS (Dritte Kammer)

14. Juni 2007 *

In der Rechtssache C-246/05

betreffend ein Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 234 EG, eingereicht vom Obersten Patent- und Markensenat (Österreich) mit Entscheidung vom 9. Februar 2005, beim Gerichtshof eingegangen am 10. Juni 2005, in dem Verfahren

**Armin Häupl**

gegen

**Lidl Stiftung & Co. KG**

erlässt

DER GERICHTSHOF (Dritte Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten der Dritten Kammer A. Rosas sowie der Richter A. Tizzano, A. Borg Barthet (Berichterstatter), U. Lõhmus und A. Ó Caoimh,

* Verfahrenssprache: Deutsch.

Generalanwalt: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
Kanzler: B. Fülöp, Verwaltungsrat,

aufgrund des schriftlichen Verfahrens und auf die mündliche Verhandlung vom 21. September 2006,

unter Berücksichtigung der Erklärungen

— von Patentanwalt A. Häupl im Beistand von Patentanwalt W. Ellmeyer,

— der Lidl Stiftung & Co. KG, vertreten durch Patentanwalt H. Sonn,

— der österreichischen Regierung, vertreten durch C. Pesendorfer als Bevollmächtigte,

— der französischen Regierung, vertreten durch G. de Bergues, J.-Ch. Niollet und A.-L. During als Bevollmächtigte,

— der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, vertreten durch G. Braun, N. B. Rasmussen und W. Wils als Bevollmächtigte,

nach Anhörung der Schlussanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 26. Oktober 2006

folgendes

## Urteil

1 Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung der Art. 10 Abs. 1 und 12 Abs. 1 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 1989, L 40, S. 1, im Folgenden: Richtlinie).

2 Dieses Ersuchen ergeht im Rahmen eines Rechtsstreits zwischen Herrn Häupl und der Lidl Stiftung & Co. KG (im Folgenden: Lidl) wegen der Löschung einer Marke, deren Inhaberin Lidl ist.

### Rechtlicher Rahmen

*Gemeinschaftsrecht*

3 Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie bestimmt:

„Hat der Inhaber der Marke diese für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, innerhalb von fünf Jahren nach dem Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens nicht ernsthaft in dem betreffenden Mitgliedstaat benutzt oder wurde eine solche Benutzung während eines ununterbrochenen Zeitraums von

fünf Jahren ausgesetzt, so unterliegt die Marke den in dieser Richtlinie vorgesehenen Sanktionen, es sei denn, dass berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung vorliegen."

4 In Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie heißt es:

„Eine Marke wird für verfallen erklärt, wenn sie innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren in dem betreffenden Mitgliedstaat für die Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, nicht ernsthaft benutzt worden ist und keine berechtigten Gründe für die Nichtbenutzung vorliegen ..."

*Internationales Recht*

5 Art. 3 Abs. 4 des Madrider Abkommens über die internationale Registrierung von Marken vom 14. April 1891, zuletzt revidiert in Stockholm am 14. Juli 1967 und geändert am 28. September 1979 (im Folgenden: Madrider Abkommen) bestimmt:

„Das Internationale Büro [der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO), im Folgenden: Internationales Büro] trägt die gemäß Artikel 1 hinterlegten Marken sogleich in ein Register ein. Die Registrierung erhält das Datum des Gesuchs um internationale Registrierung im Ursprungsland, sofern das Gesuch beim Internationalen Büro innerhalb von zwei Monaten nach diesem Zeitpunkt eingegangen ist ..."

6 Das Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums im Anhang 1 C des Übereinkommens von Marrakesch vom 15. April 1994 zur Errichtung der Welthandelsorganisation wurde durch den Beschluss 94/800/EG des Rates vom 22. Dezember 1994 über den Abschluss der Übereinkünfte im Rahmen der multilateralen Verhandlungen der Uruguay-Runde (1986-1994) im Namen der Europäischen Gemeinschaft in Bezug auf die in ihre Zuständigkeiten fallenden Bereiche (ABl. L 336, S. 1, im Folgenden: TRIPs-

Übereinkommen) von der Europäischen Gemeinschaft genehmigt. Es erwähnt in Art. 19 Abs. 1 das Erfordernis der Benutzung der eingetragenen Marke mit folgenden Worten:

„Wenn die Benutzung für die Aufrechterhaltung einer Eintragung vorausgesetzt wird, darf die Eintragung erst nach einem ununterbrochenen Zeitraum der Nichtbenutzung von mindestens drei Jahren gelöscht werden, sofern der Inhaber der Marke nicht auf das Vorhandensein von Hindernissen für eine solche Benutzung gestützte triftige Gründe nachweist. Umstände, die unabhängig vom Willen des Inhabers der Marke eintreten und die ein Hindernis für die Benutzung der Marke bilden, wie zum Beispiel Einfuhrbeschränkungen oder sonstige staatliche Auflagen für durch die Marke geschützte Waren oder Dienstleistungen, werden als triftige Gründe für die Nichtbenutzung anerkannt."

*Nationales Recht*

7 Nach Art. 19 des österreichischen Markenschutzgesetzes 1970 (BGBl 260/1970, im Folgenden: MSchG) entsteht das Markenrecht „mit dem Tag der Eintragung in das Markenregister (Registrierung). Die Schutzdauer endet zehn Jahre nach dem Ende des Monates, in dem die Marke registriert worden ist ..."

8 Art. 33a Abs. 1 MSchG lautet:

„Jedermann kann die Löschung einer seit mindestens fünf Jahren im Inland registrierten oder gemäß § 2 Abs. 2 in Österreich Schutz genießenden Marke

begehren, soweit diese für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, innerhalb der letzten fünf Jahre vor dem Tag der Antragstellung im Inland weder vom Markeninhaber noch mit dessen Zustimmung von einem Dritten ernsthaft kennzeichenmäßig benutzt (§ 10a) wurde, es sei denn, dass der Markeninhaber die Nichtbenutzung rechtfertigen kann."

9 Nach seinem Art. 2 gilt das MSchG sinngemäß für Markenrechte, die für das Gebiet Österreichs aufgrund zwischenstaatlicher Vereinbarungen erworben werden.

**Ausgangsverfahren und Vorlagefragen**

10 Lidl ist Inhaberin der internationalen Wortbildmarke Le Chef DE CUISINE. Die deutsche Basismarke ist seit dem 8. Juli 1993 geschützt, die — auch für Österreich registrierte — internationale Marke seit dem 12. Oktober 1993. Letztere wurde vom Internationalen Büro am 2. Dezember 1993 veröffentlicht und den designierten Vertragsstaaten notifiziert.

11 Lidl betreibt eine Supermarktkette, die in Deutschland seit 1973 besteht. In Österreich wurde der erste Lidl-Supermarkt am 5. November 1998 eröffnet. Lidl vertreibt die mit der Marke Le Chef DE CUISINE versehenen Fertiggerichte nur in ihren eigenen Geschäften. Vor Eröffnung ihrer ersten österreichischen Supermärkte hatte Lidl die Gestaltung der Produkte unternehmensintern vorbesprochen und mit ihren Lieferanten abgestimmt sowie bereits gelieferte Produkte gelagert.

12 Am 13. Oktober 1998 beantragte Herr Häupl, die Marke gemäß § 33a Abs. 1 MSchG für das Gebiet der Republik Österreich wegen Nichtgebrauchs zu löschen. Die in der genannten Bestimmung vorgesehene Fünfjahresfrist habe mit Schutzdauerbeginn am 12. Oktober 1993 zu laufen begonnen. Lidl wandte sich gegen den Löschungsantrag. Sie machte geltend, Fristbeginn sei der 2. Dezember 1993, so dass die Fünfjahresfrist erst am 2. Dezember 1998 geendet habe. Zu diesem Zeitpunkt habe sie mit der fraglichen Marke versehene Produkte in ihrem ersten österreichischen Supermarkt zum Verkauf angeboten. Schon 1994 sei an eine Expansion nach Österreich gedacht worden, die Eröffnung neuer Märkte in diesem Mitgliedstaat habe sich aber durch „bürokratische Hindernisse", insbesondere durch die verspätete Erteilung von Betriebsbewilligungen, verzögert.

13 Die Nichtigkeitsabteilung des Patentamts erklärte die Marke mit Wirkung vom 12. Oktober 1998 für in Österreich unwirksam. Lidl erhob dagegen Berufung an den Obersten Patent- und Markensenat.

14 In diesem Zusammenhang hat der Oberste Patent- und Markensenat das Verfahren ausgesetzt und dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorgelegt:

1. Ist Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie dahin auszulegen, dass mit „Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens" der Beginn der Schutzdauer gemeint ist?

2. Ist Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie dahin auszulegen, dass berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung der Marke vorliegen, wenn sich die Umsetzung der vom Markeninhaber verfolgten Unternehmensstrategie durch unternehmensexterne Gründe verzögert, oder ist der Markeninhaber gehalten, seine Unternehmensstrategie zu ändern, um die Marke rechtzeitig nutzen zu können?

## Zur Zuständigkeit des Gerichtshofs

15 Vor Beantwortung der Vorlagefragen ist zu prüfen, ob der Oberste Patent- und Markensenat ein Gericht im Sinne von Art. 234 EG und der Gerichtshof demnach für die Entscheidung über die ihm vorgelegten Fragen zuständig ist.

16 Nach ständiger Rechtsprechung stellt der Gerichtshof zur Beurteilung der rein gemeinschaftsrechtlichen Frage, ob es sich bei der vorlegenden Einrichtung um ein Gericht im Sinne dieser Bestimmung handelt, auf eine Reihe von Gesichtspunkten ab, wie z. B. gesetzliche Grundlage der Einrichtung, ständiger Charakter, obligatorische Gerichtsbarkeit, streitiges Verfahren, Anwendung von Rechtsnormen durch die Einrichtung sowie deren Unabhängigkeit (vgl. u. a. Urteile vom 17. September 1997, Dorsch Consult, C-54/96, Slg. 1997, I-4961, Randnr. 23, und vom 31. Mai 2005, Syfait u. a., C-53/03, Slg. 1997, I-4609, Randnr. 29).

17 Dem Generalanwalt in den Nrn. 25 bis 29 seiner Schlussanträge folgend sind hierbei die Bestimmungen des österreichischen Patentgesetzes 1970 (BGBl 259/1970, im Folgenden: PatG) zu berücksichtigen.

18 Aus den §§ 74 und 75 PatG, in denen die Zuständigkeit und Zusammensetzung des Obersten Patent- und Markensenats geregelt sind, ergibt sich zunächst, dass dieser die Kriterien der gesetzlichen Grundlage und der Unabhängigkeit erfüllt. § 74 Abs. 9 PatG bestimmt zudem ausdrücklich, dass die Mitglieder des Senats in Ausübung ihres Amts unabhängig und an keine Weisungen gebunden sind. § 74 Abs. 6 und 7 PatG sieht vor, dass sie auf die Dauer von fünf Jahren ernannt werden, ihre Wiederberufung zulässig ist und das Amt vorzeitig nur aus außergewöhnlichen und genau festgelegten Gründen erlöschen kann, wie z. B. dem Verlust der österreichischen Staatsbürgerschaft oder der Beschränkung der Handlungsfähigkeit.

19 Der ständige Charakter des Obersten Patent- und Markensenats lässt sich aus § 70 Abs. 2 und 3 sowie § 74 Abs. 1 PatG ableiten, wonach er ohne zeitliche Begrenzung für die Entscheidung über die Rechtsbehelfe gegen Entscheidungen der Nichtigkeitsabteilung und der Beschwerdeabteilung des Patentamts zuständig ist. Aus diesen Bestimmungen ergibt sich auch der obligatorische Charakter seiner Gerichtsbarkeit, da seine Zuständigkeit für die Entscheidung über die genannten Rechtsbehelfe gesetzlich festgeschrieben und keine bloße Option ist.

20 Für das Verfahren vor dem Obersten Patent- und Markensenat verweist § 140 Abs. 1 PatG auf die §§ 113 bis 127 und 129 bis 136 dieses Gesetzes, in denen eine genaue Verfahrensregelung getroffen wird, aus der sich ergibt, dass der Senat das Recht anwendet und das vor ihm durchgeführte Verfahren ein streitiges Verfahren ist.

21 Nach alledem ist der Oberste Patent- und Markensenat ein Gericht im Sinne von Art. 234 EG und der Gerichtshof demnach für die Entscheidung über die ihm von diesem vorgelegten Fragen zuständig.

## Zu den Vorlagefragen

*Zur ersten Frage*

22 Mit seiner ersten Vorlagefrage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie dahin auszulegen ist, dass mit „Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens" der Beginn der Schutzdauer gemeint ist. Es fragt also, ob die Fünfjahresfrist, innerhalb deren der Inhaber einer Marke mit der ernsthaften Benutzung beginnen muss, in dem Zeitpunkt zu laufen beginnt, in dem die Schutzdauer der betreffenden Marke einsetzt.

23 Der Kläger des Ausgangsverfahrens und die österreichische Regierung sind der Auffassung, dass dem „Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens" im Sinne von Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie das Registrierungsdatum entspreche, also der Zeitpunkt, in dem die Schutzdauer nach österreichischem Recht beginne.

24 Für die Beklagte des Ausgangsverfahrens, die französische Regierung und die Kommission der Europäischen Gemeinschaften ist hingegen mit „Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens" nicht der Beginn der Schutzdauer gemeint, sondern der Tag, an dem das Prüfungsverfahren vor dem damit befassten Amt abgeschlossen ist. Ein internationales Eintragungsverfahren nach dem Madrider

Abkommen könne nicht beendet sein, bevor nicht die Frist, die die nationalen Behörden für die vorläufige Schutzverweigerung zur Verfügung hätten, abgelaufen sei oder diese Behörden den Schutz endgültig bestätigt hätten.

25 Für die Beantwortung der Vorlagefrage ist zunächst darauf hinzuweisen, dass bei der internationalen Registrierung einer Marke wie im Ausgangsverfahren mehrere Rechtsordnungen beteiligt sind. Zum einen finden nämlich die Bestimmungen des Madrider Abkommens Anwendung, die im Wesentlichen den Teil der Registrierung bestimmen, der vor dem Internationalen Büro stattfindet, und zum anderen die nationalen Rechtsvorschriften, die mit dem Gemeinschaftsrecht, insbesondere der Richtlinie, übereinstimmen müssen. Insoweit sieht Art. 1 der Richtlinie vor, dass sie „auf ... [M]arken Anwendung [findet], die ... mit Wirkung für einen Mitgliedstaat international registriert worden sind".

26 Zudem ist die Richtlinie, worauf ihr dritter Erwägungsgrund hinweist, nicht darauf gerichtet, die Markenrechte der Mitgliedstaaten vollständig anzugleichen. Hierzu heißt es in ihrem fünften Erwägungsgrund, dass es „[d]en Mitgliedstaaten ... frei [steht], Verfahrensbestimmungen für die Eintragung, den Verfall oder die Ungültigkeit der durch Eintragung erworbenen Marken zu erlassen. Es steht ihnen beispielsweise zu, die Form der Verfahren für die Eintragung und die Ungültigerklärung festzulegen, zu bestimmen, ob ältere Rechte im Eintragungsverfahren oder im Verfahren zur Ungültigerklärung oder in beiden Verfahren geltend gemacht werden müssen, und — wenn ältere Rechte im Eintragungsverfahren geltend gemacht werden dürfen — ein Widerspruchsverfahren oder eine Prüfung von Amts wegen oder beides vorzusehen ..." Aus diesen Erwägungsgründen der Richtlinie ergibt sich also, dass diese das Verfahren der Markeneintragung nicht harmonisiert.

27 Dies ist bei der Auslegung des Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie zu berücksichtigen. In ihm wird der Beginn der Benutzungsperiode und damit der Beginn der dort vorgesehenen Fünfjahresfrist nicht eindeutig festgelegt. Denn er ist so formuliert, dass der Beginn vom Eintragungsverfahren her definiert wird, also von einem von der Richtlinie nicht harmonisierten Bereich her. Wie die Kommission feststellt, bietet diese Formulierung die Möglichkeit, die genannte Frist an die Besonderheiten der nationalen Verfahren anzupassen.

28 Daraus folgt, dass die Mitgliedstaaten bei der Ausgestaltung des Eintragungsverfahrens frei sind und es daher ihre Sache ist, u. a. darüber zu entscheiden, wann es als beendet anzusehen ist.

29 Im Fall einer internationalen Registrierung wie derjenigen im Ausgangsverfahren steht es also dem Mitgliedstaat, für den die Marke angemeldet worden ist, zu, den Zeitpunkt des Abschlusses des Eintragungsverfahrens entsprechend seinen eigenen Verfahrensvorschriften festzulegen.

30 Deshalb kann nicht der Ansicht des Klägers des Ausgangsverfahrens gefolgt werden, dass dem „Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens" im Sinne von Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie das Registrierungsdatum entspreche. Sie liefe nämlich darauf hinaus, dass diese Bestimmung allein im Licht der österreichischen Verfahrensvorschriften ausgelegt würde, obwohl die Festlegung des dort genannten Zeitpunkts aus den in den vorstehenden Randnummern angeführten Gründen je nach den nationalen Rechtsvorschriften variieren kann.

31 Daher ist auf die erste Vorlagefrage zu antworten, dass der „Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens" im Sinne von Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie in jedem Mitgliedstaat nach den dort geltenden Verfahrensvorschriften für die Eintragung zu bestimmen ist.

*Zur zweiten Frage*

32 Mit seiner zweiten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie dahin auszulegen ist, dass berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung einer Marke vorliegen, wenn sich die Umsetzung der vom Markeninhaber verfolgten Unternehmensstrategie durch unternehmensexterne Gründe verzögert, oder ob der Markeninhaber in einem solchen Fall gehalten ist, diese Strategie zu ändern, um die Marke rechtzeitig nutzen zu können.

33 Nach dem Vorlagebeschluss war das Hinausschieben der Vermarktung der Waren mit der im Ausgangsverfahren fraglichen Marke in Österreich zum einen auf die Strategie von Lidl zurückzuführen, diese Waren nur in ihren eigenen Geschäften zu vertreiben, und zum anderen darauf, dass sich die Eröffnung ihrer ersten österreichischen Supermärkte durch „bürokratische Hindernisse" verzögert hatte.

34 Die österreichische Regierung zweifelt an der Zulässigkeit dieser Frage, da sie sehr abstrakt formuliert und der Sachverhalt nicht ausreichend dargestellt sei.

35 Zwar fasst die Vorlageentscheidung den Sachverhalt zur zweiten Frage tatsächlich nur kurz zusammen, während die Parteien des Ausgangsverfahrens eine Vielzahl von Tatsachen vortragen, doch führt dies im vorliegenden Fall nicht zur Unzulässigkeit der Frage. Denn die — wenn auch knappe — Darstellung des Sachverhalts durch das vorlegende Gericht versetzt den Gerichtshof gleichwohl in die Lage, den Kontext, in dem diese Frage steht, in ausreichendem Maße zu verstehen, um hierauf eine sachdienliche Antwort geben zu können, die es dem vorlegenden Gericht ermöglicht, im Ausgangsverfahren eine Entscheidung unter Berücksichtigung aller Tatsachen zu treffen, die nur es selbst beurteilen kann. Die zweite Frage ist daher zulässig.

36 In der Sache stimmen die beim Gerichtshof eingereichten Erklärungen in Bezug auf die Auslegung des Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie darin überein, dass sie unter dem Begriff „berechtigte Gründe" unternehmensexterne oder unabhängig vom Willen des betreffenden Unternehmens eintretende Umstände verstehen.

37 Der Kläger des Ausgangsverfahrens trägt jedoch zusätzlich vor, dass eine Unternehmensstrategie an sich niemals ein Entschuldigungsgrund sein könne und auf jeden Fall das tatsächliche Verhalten zu beurteilen sei, mit dem der Markeninhaber auf unternehmensexterne Schwierigkeiten reagiere.

38 Die Beklagte des Ausgangsverfahrens ist der Auffassung, dass unternehmensexterne Gründe, die die Umsetzung einer wirtschaftlich sinnvollen Unternehmensstrategie verzögerten, berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung der Marke seien.

39 Nach Ansicht der Kommission liegen keine berechtigten Gründe für die Nichtbenutzung einer Marke vor, wenn sich die Umsetzung der vom Markeninhaber verfolgten Unternehmensstrategie, die typischerweise seiner Kontrolle unterliegt, durch unternehmensexterne Gründe verzögert hat und er versäumt hat, seine Unternehmensstrategie rechtzeitig anzupassen.

40 Für die österreichische Regierung liegen berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung einer Marke vor, wenn diese auf einer Verzögerung bei der Umsetzung einer ernsthaft verfolgten Unternehmensstrategie beruhe und diese Verzögerung auf unternehmensexterne, insbesondere gesetzliche oder zwingende wirtschaftliche Gründe, zurückzuführen sei.

41 Die französische Regierung macht schließlich geltend, dass unter „berechtigten Gründen" Umstände zu verstehen seien, die unabhängig vom Willen des Unternehmens einträten, wie z. B. staatliche Auflagen oder Fälle höherer Gewalt.

42 Zunächst ist zu prüfen, ob der Begriff der berechtigten Gründe im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie einheitlich auszulegen ist.

43 Die einheitliche Anwendung des Gemeinschaftsrechts und der Gleichbehandlungsgrundsatz verlangen, dass die Begriffe einer Vorschrift des Gemeinschaftsrechts, die für die Ermittlung ihres Sinns und ihrer Bedeutung nicht ausdrücklich auf das Recht der Mitgliedstaaten verweist, in der gesamten Europäischen Gemeinschaft autonom und einheitlich ausgelegt werden (vgl. in diesem Sinne Urteile des Gerichtshofs vom 19. September 2000, Linster, C-287/98, Slg. 2000, I-6917, Randnr. 43, und vom 11. März 2003, Ansul, C-40/01, Slg. 2003, I-2439, Randnr. 26).

44 In Randnr. 31 des Urteils Ansul hat der Gerichtshof entschieden, dass der Begriff der ernsthaften Benutzung der Marke im Sinne der Art. 10 und 12 der Richtlinie einheitlich auszulegen ist. Denn aus dem siebten, dem achten und dem neunten Erwägungsgrund sowie aus den Art. 10 bis 15 der Richtlinie ergibt sich, dass der Gemeinschaftsgesetzgeber die Wahrung der Rechte an der Marke in allen Mitgliedstaaten der gleichen Voraussetzung der ernsthaften Benutzung unterwerfen wollte, so dass der Marke nicht je nach betroffenem Recht ein unterschiedlicher Grad an Schutz gewährt wird (Randnrn. 27 bis 29 dieses Urteils). Da Ziel der Forderung nach berechtigten Gründen ist, dass Situationen, in denen es an einer ernsthaften Benutzung der Marke gefehlt hat, gerechtfertigt werden können, um so den Verfall der Marke zu verhindern, ist die Funktion der berechtigten Gründe eng mit derjenigen der ernsthaften Benutzung verbunden, so dass der Begriff der berechtigten Gründe dem gleichen Erfordernis einer einheitlichen Auslegung unterliegt wie der Begriff der ernsthaften Benutzung der Marke.

45 Es ist also Sache des Gerichtshofs, den Begriff „berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung" im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie einheitlich auszulegen.

46 Diese Bestimmung regelt den Fall, dass eine Marke eingetragen worden ist, ihr Inhaber sie aber nicht benutzt. Ist dies für einen ununterbrochenen Zeitraum von fünf Jahren der Fall, so wird die Marke für verfallen erklärt, es sei denn, der Inhaber kann berechtigte Gründe geltend machen.

47 Es ist festzustellen, dass diese Bestimmung keinen Hinweis auf die Art und die Merkmale der in ihr genannten „berechtigten Gründe" enthält.

48 Im TRIPs-Übereinkommen, dem die Europäische Gemeinschaft beigetreten ist, geht es jedoch in Art. 19 Abs. 1 ebenfalls um das Erfordernis der Benutzung der Marke und die Gründe, die ihre Nichtbenutzung rechtfertigen können. Die dort vorgenommene Begriffsbestimmung kann daher als Auslegungshilfe für den im Rahmen der Richtlinie verwendeten entsprechenden Begriff der berechtigten Gründe herangezogen werden.

49 So werden nach Art. 19 Abs. 1 des TRIPs-Übereinkommens als triftige Gründe für die Nichtbenutzung Umstände angesehen, die unabhängig vom Willen des Inhabers der Marke eintreten und die ein Hindernis für deren Benutzung bilden.

50 Es ist deshalb zu prüfen, welche Arten von Umständen ein Hindernis für die Benutzung der Marke im Sinne dieser Bestimmung bilden. Denn wenngleich nicht selten zu irgendeinem Zeitpunkt vom Willen des Markeninhabers unabhängige Umstände eintreten und die Vorbereitungen für die Benutzung der Marke behindern, handelt es sich dabei doch in vielen Fällen um Schwierigkeiten, die überwunden werden können.

51 Im achten Erwägungsgrund der Richtlinie heißt es: „Um die Gesamtzahl der in der Gemeinschaft eingetragenen ... Marken ... zu verringern, muss verlangt werden, dass eingetragene Marken tatsächlich benutzt werden, um nicht zu verfallen ...“ Das zeigt, dass es der Systematik des Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie widerspräche, wenn man den Begriff der berechtigten Gründe für die Nichtbenutzung einer Marke zu weit auslegte. Denn die Verwirklichung des in diesem Erwägungsgrund genannten Ziels wäre gefährdet, wenn jedes auch noch so kleine Hindernis, solange es nur vom Willen des Markeninhabers unabhängig wäre, für die Rechtfertigung der Nichtbenutzung der Marke ausreichte.

52 Wie der Generalanwalt in Nr. 79 seiner Schlussanträge zutreffend festgestellt hat, reicht es insbesondere nicht aus, dass die „bürokratischen Hindernisse“, auf die sich Lidl im Ausgangsverfahren beruft, nicht dem freien Willen des Markeninhabers unterliegen, da sie darüber hinaus einen unmittelbaren Zusammenhang mit der Marke aufweisen müssen, der so weit geht, dass deren Benutzung von der Beendigung der jeweiligen Verwaltungsverfahren abhängt.

53 Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass das betreffende Hindernis die Benutzung der Marke nicht notwendigerweise unmöglich machen muss, damit ein unmittelbarer Zusammenhang mit der Marke angenommen werden kann. Denn dies kann auch dann der Fall sein, wenn das Hindernis die Benutzung der Marke unzumutbar werden lässt. Ist nämlich ein Hindernis so beschaffen, dass es eine sachgerechte Benutzung der Marke ernsthaft gefährdet, kann dem Inhaber nicht zugemutet werden, sie trotz allem zu benutzen. So wäre es z. B. dem Inhaber einer Marke nicht zuzumuten, seine Waren in den Geschäften seiner Konkurrenten zu vertreiben. In solchen Fällen erscheint es für den Markeninhaber nicht zumutbar, seine Unternehmensstrategie zu ändern, um die Benutzung der Marke dennoch zu ermöglichen.

54 Daraus folgt, dass allein die Hindernisse, die einen ausreichend unmittelbaren Zusammenhang mit der Marke aufweisen, ihre Benutzung unmöglich oder unzumutbar machen und vom Willen des Markeninhabers unabhängig sind, als „berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung" angesehen werden können. Es ist jeweils im konkreten Fall zu prüfen, ob eine Änderung der Unternehmensstrategie zur Umgehung des jeweiligen Hindernisses die Benutzung der Marke unzumutbar macht. Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, das zur Entscheidung im Ausgangsverfahren berufen und allein in der Lage ist, die relevanten Tatsachen festzustellen, diese Prüfung im Rahmen des Ausgangsverfahrens vorzunehmen.

55 Daher ist auf die zweite Vorlagefrage zu antworten, dass Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie dahin auszulegen ist, dass Hindernisse, die einen unmittelbaren Zusammenhang mit der Marke aufweisen, ihre Benutzung unmöglich oder unzumutbar machen und vom Willen des Markeninhabers unabhängig sind, „berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung" einer Marke darstellen. Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, den Sachverhalt des Ausgangsverfahrens im Licht dieser Hinweise zu beurteilen.

## Kosten

56 Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem bei dem vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts. Die Auslagen anderer Beteiligter für die Abgabe von Erklärungen vor dem Gerichtshof sind nicht erstattungsfähig.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Dritte Kammer) für Recht erkannt:

**1. Der „Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens" im Sinne von Art. 10 Abs. 1 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken ist in jedem Mitgliedstaat entsprechend den dort geltenden Verfahrensvorschriften für die Eintragung zu bestimmen.**

2. **Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 89/104 ist dahin auszulegen, dass Hindernisse, die einen unmittelbaren Zusammenhang mit der Marke aufweisen, ihre Benutzung unmöglich oder unzumutbar machen und vom Willen des Markeninhabers unabhängig sind, „berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung" einer Marke darstellen. Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, den Sachverhalt des Ausgangsverfahrens im Licht dieser Hinweise zu beurteilen.**

Unterschriften